

No.77

令和5年

1月-3月

ちばしんきん 景況レポート

NEWS report

INDEX

■ 企業Interview

米屋 株式会社

..... P1・2

有限会社 福山花火工場

..... P3・4

■ 地域景気Report

全業種 P5

製造業 P6

卸売業 P6

小売業 P7

サービス業 P7

建設業 P8

不動産業 P8

特別調査 P9

■ 支店長の横顔

国分寺台支店長 P10



Retail Trade



Real Estate



Business
trend



Wholesale
Trade



Construction



Manufacturing
industry



Services



千葉信用金庫

米屋 株式会社

「老舗」を武器に新たな挑戦を続け 地域や業界の発展に貢献したい

ブランド醸成と全国への販路拡大 両輪を軸に成長を続ける

1899(明治32)年に創業し、現在まで120年以上続く老舗和菓子メーカー、米屋株式会社。栗ようかんを日本で初めて考案した和菓子屋として知られ、近年は県の人気土産品「びーなつつ最中」の製造元としても有名だ。

成田山新勝寺近くの老舗和菓子屋として長く愛されてきた同社だが、近年は、全国の百貨店や県内のスーパー、サービスエリア、空港、駅などでも自社ブランドの和菓子商品を手広く販売している。また、各大手コンビニエンスストアにもどら焼きやようかんなどを卸販売し、大手飲食店や物販店にOEM商品も提供。県内に直営29店舗、社員数はパートを含めて約600人、2つの工場をもつ企業にまで成長している。

代表取締役の諸岡良和氏は「和菓子屋事業と流通事業、この2つをバランスよく保有し、それぞれ大規模に展開しているのは全国的にも当社のみ。この両立はそれぞれの販

路において相乗効果を発揮しています」と強みを語る。老舗ブランドのイメージを武器に全国に流通網を拡大、知名度が上がることで店舗の売上も上向くというシナジーが生まれている。



「老舗」を継承すること。その役割とメリット

100年超の老舗企業を継ぐことにプレッシャーはなかったのだろうか。

「お取引先や地域の方々、そして多くのお客さまからいただいている信頼は当社の財産です。先代から受け継いだ多くの信頼を少しでも厚くして、次の世代に引き継ぐことが私の使命です」と諸岡氏。重責は感じつつも、これまでの



代表取締役社長 諸岡良和氏

多くの信頼に応えるべく努力し、さらなる信頼を得ようと使命感に燃える。

この諸岡氏の経営者としての強い自覚と責任感とは「先代と父に教えられた」という。その教えを守りつつ、最も大事にしているのが、創業者の諸岡長蔵氏の経営哲学だ。「長蔵の哲学は、渋沢栄一翁や稲盛和夫氏と同じく『道経一体経営』。長蔵の哲学を企業理念に落とし込み、その精神を引き継ぐため、全社員が理念研修を年間2回受講します」。

この哲学は「現代のSDGsの考えにも親和性がある」と諸岡氏。同社は、餡の製造時に発生する排水中の有機物を好気微生物に分解させ、きれいな処理水にして自然に返す「活性汚泥法」を排水処理システムとして採用。また、成田市内の小学生に交通安全の手提げカバンを寄付するなど、環境対策や社会貢献活動に積極的だ。これらのSDGs活動の根底にあるのも「人が喜ぶ姿こそ、自らの喜びである」という長蔵氏の言葉だ。創業者の理念を現代的に再解釈し、行動指針に掲げることで説得力を持たせて、「老舗」の利を存分に活用しながら経営を行なっているようだ。

代表取締役社長 諸岡良和氏

経営とは「苦労」の連続 過去ではなく未来を見つめる必要

歴史と伝統に敬意を払う諸岡氏だが、自分の代になってから積極的な販売プロモーションや商品展開を行うようになったという。

「SNSでの発信を大幅に増やし、ラジオやテレビの広告も行いました。また人気アニメとのコラボ商品など、若い消費者にターゲットを絞った商品も販売しました。新たなチャレンジです」。

老舗であることを鼻にかけて「墮落」しないよう「常に高い成長意欲を持ち続けたい」と諸岡氏。40～50代の顧客が圧倒的な和菓子市場のターゲットを広げようというこのチャレンジも、一経営者として当然の姿勢だという。

「経営において楽なことは一つもありません。コロナ禍による景気の減退、ロシアのウクライナ侵攻や円安の進展によるエネルギーや原材料価格の高騰、人手不足など、一難去ってまた一難。常に苦労ばかりです。もし楽だと感じたら、その時点で衰退が始まっているのではないのでしょうか」。

「老舗」の安定の上に胡座をかくことなく、試行錯誤を続ける諸岡氏の見つめる先には未来がある。「当社が継続し

て発展するためには、過去よりも未来をどう予測して今何をすべきかのほうが重要。まずは私が必死に取り組み、社員を導けるよう努力し続けます」。

今後チャレンジしたいことについても聞いた。

「世界中を魅了するWAGASHIYAになることです。この目標は2022年度スタート時に社内に公表しました。少子高齢化がさらに進み、人口減少する日本だけに留まるのはリスクがあります。和菓子は洋菓子に比べると圧倒的にマーケットが小さく、現状ではローカルな展開ですが、裏を返せば、伸びしろが非常に大きいとも言えます」。まずは日本での知名度をあげ、品質の良さと製造技術の高さを武器に、台湾・中国・シンガポールなどに進出していきたいと意気込む。

諸岡氏の描く未来には、業界や地域の発展も含まれている。「業界全体にシェアしていけるような活動をしたい。また可能な限り、地元の豊かな産物も使用して地域に貢献したいです」と語る。これからも地域や和菓子業界の未来を担う先駆けとして、老舗ならではの挑戦を繰り返していく覚悟だ。



企業 DATA

米屋 株式会社

住所：千葉県成田市上町 500

TEL：0476-36-2031

創業：1899 年 4 月

URL：<https://nagomi-yoneya.co.jp>



なごみの米屋 總本店

有限会社 福山花火工場

言葉にできない感動を記憶に刻む 数百年を超えて受け継がれる花火の伝統

江戸時代創業の花火工場 若き社長を迎えて現代に咲く

創業は江戸時代天保年間(1831~1844年)。花火作りの名人だった初代が、飯野藩の火薬取扱いの任を受けたことが、福山花火工場のルーツだ。以来、家業として花火の製造を180年近く続ける、非常に長い歴史のある会社だ。

現在は「館山湾花火大会」「木更津港まつり」のほか、鴨川市や袖ヶ浦市の花火大会など、千葉県南部を中心に数々の打ち上げ花火大会を請け負う。同社が得意とするのは、夜空に図形や文字を描く「型物」と呼ばれる花火。「小糸の煙火(こいとのはなび)」として千葉県指定の伝統工芸にも登録されている。この作り方が記された秘伝の書は、福山家の家宝として代々継承されているという。

同社が有限会社に法人化したのは、先代の福山一郎氏が代表取締役役に就任した1990年。2019年2月からは小林琢也氏が代表取締役役に就任、7代目となった。

小林氏は、花火好きが高じてアルバイトから社長にまでなった、並々ならぬ情熱をもつ人物だ。「青森県で生まれ、高校3年の時に地元の花火大会で花火に魅了され、花火を作る仕事に就きたい!と思いました。多数の花火会社に全て断られ、唯一『大学生のアルバイトとしてなら雇う』と言ってくれたのが先代でした。茨城の大学に進学し、4年間は夏のアルバイトだけを手伝い、卒業後すぐ入社しました」。熱意

は認められ、家業として福山家が代々継いできた会社は、4年前、29歳だった小林氏に第三者継承された。

自らの代になってからは、特に製造に力を入れるようになったと話す小林氏。「もともと花火が作りたくて会社に入ったものですから、研究開発や演出向上目的にいろいろな人を巻き込んでいます。弊社は『楽しそうにやっている』とよく言われます。打ち上げ花火に楽しそうな様子が出るそうです」。花火を心から愛する若き社長の表情は明るい。



代表取締役社長 小林琢也氏

「安全」の上に「楽しい」を。先人の遺産を守り続ける

小林氏の代になって本格的に導入したものに、コンピュータ制御の点火機がある。



「点火機については私が入社する大分前から導入していましたが、あまり使われていませんでした。以前は打ち上げタイミングを指示する人がいて、それぞれの花火にそれぞれの打ち上げ人がいて……と大人数で点火していたのですが、点火機導入で、見

張りや火の様子を見る役割に人員を割けるようになりまし

た」。点火機により遠隔点火が可能になり、ヒューマンエラーも回避され、打ち上げ時の安全性が大幅に増したという。

小林氏は、経営で最も大事にしていることは「安全」と強調する。同社は、花火事故の原因についても細かに考察と研究を行い、花火そのものはもちろんのこと、道具や工場など全てにおいて徹底的に安全性を追求している。

以前より業界全体での花火事故は減少傾向にあるが、「先人達が何度もトライアンドエラーを繰り返し、これは危険、これは安全と積み重ねて伝えてきた成果」だと小林氏。「安全面については先代からも口酸っぱく言われてき

代表取締役社長 小林琢也氏

ました。私がこだわっているのは楽しめる花火で、人を楽しませるには安全がやはり最優先です」。花火業界にとっての安全は、先人から受け継がれてきた「伝統」「財産」で

あり、花火を楽しむための根幹だ。新しい技術であるコンピュータ制御の点火機は、大切な伝統を強化するために使われている。

感動を記憶に刻む花火 見る人全てを楽しませることが存在意義

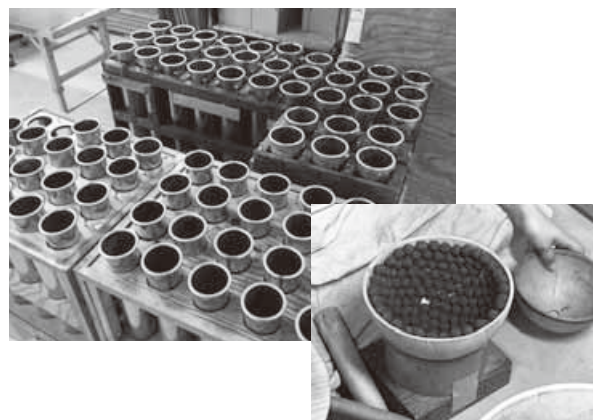
経営者として、会社や業界を今後どう牽引していきたいのか、小林氏に聞いた。

「先代から続く花火大会の仕事は、後世に繋がられるようにしっかりと守っていくつもりです。目標は継続して仕事ができる環境を作ること。花火業界は現在、外的要因のリスクだらけ。花火大会以外での花火の売り方を考えて、花火を使用した今までとは違う事業を進めないといけない」。

近年始めたPYRO（特殊効果用煙火）は、その「今までとは違う」試みの一つだ。音響や照明などと連動させたドラマチックな演出効果として、小規模の花火や火花を使用し、各



種イベントやショーなどを盛り上げる。打ち上げよりも狭いスペースで、観客は至近距離で迫力ある花火ショーを楽しむことができる。「県内は打ち上げ花火ができる場所が少なく、ニーズがあっても場所がなくて断ることが多かったので、代替案として活用しています」。



さまざまな手法で花火の感動を多くの人に届けたい。ただし、主役はあくまでも「見る人々」だと小林氏は言う。「弊社の存在意義は、弊社を意識せずに花火を見る全ての人を楽しませること。誰が花火を上げているか大半の人は知りません。でも多くの人の思い出の中に花火がある、これはすごいことです。花火は人間の記憶に残ることができるものだと思います」。

花火は「言葉にできない感動を与えられる人工物」であり、「できれば平和の象徴として、下を向いている人に上を向いてもらえるものであってほしい」と願う小林氏。花火職人として、感動を詰めた花火をこれからも製造していく。

企業DATA

有限会社 福山花火工場

住所：千葉県君津市外箕輪 4-10-20

TEL：0439-54-0720

創業：江戸天保年間

URL：<http://www.fukuyamahanabi.jp>



本社工場

全業種

行動規制の緩和で国内需要回復するも、人手不足感は更に悪化

当期の業況DIは▲4.4と前期比1.3ポイント悪化しました。

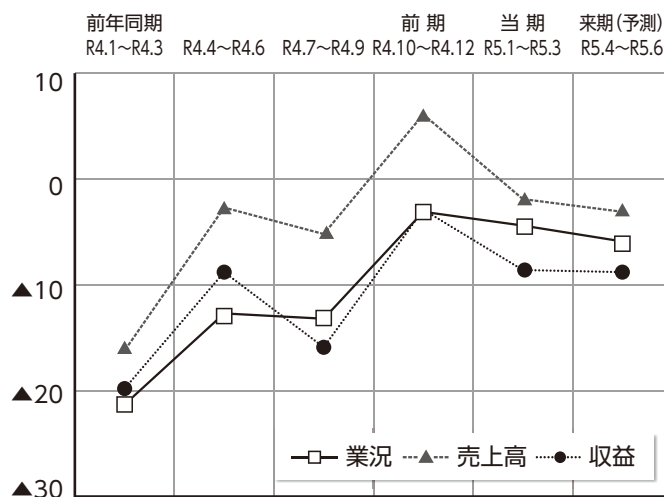
売上高DIは前期比8.0ポイント減少したことで、6.1からマイナス水準に転じました。物価高騰に伴い、仕入価格DIが小幅に上昇したことで、資金繰りDIは3.2ポイント悪化しました。

当期の業況について、インバウンド需要や国内観光需要の復活は景況感を押し上げました。一方、新型コロナウイルス関連の各種規制が緩和されていく中、需要回復に伴う人材不足が顕在化しています。今後は人材確保や育成等、人材不足解消への対応が急がれます。また、原材料費や電気料金の高騰を価格転嫁できず、収益DIは前期比▲5.7とマイナスの影響を与えました。

来期予測について、新型コロナウイルス感染症対応の「5類」移行に伴う、経済活動正常化に向けた動きが景況感を下支えすると見込まれていますが、海外情勢による物価高騰の影響は色濃く残ると予想されており、業況DIは1.5ポイント悪化すると見込まれています。また、外出機会増加による人流の活発化は、小売業やサービス業を中心に業況を押し上げる要因になると予想されています。

DI項目	前年同期 R4.1～ R4.3	前期 R4.10～ R4.12	当期 R5.1～ R5.3	来期(予測) R5.4～ R5.6
業況	▲21.3	▲3.1	▲4.4	▲5.9
売上高	▲16.2	6.1	▲1.9	▲3.1
収益	▲19.8	▲2.9	▲8.6	▲8.8
販売価格	13.7	30.2	30.8	25.8
仕入価格	44.2	60.8	61.6	55.4
在庫	▲10.1	▲6.7	▲6.7	▲5.2
資金繰り	▲7.6	▲7.1	▲10.3	▲8.2

主要判断DIグラフ



調査概要

本調査は、当金庫お取引先のご協力を得て調査したものです。当金庫営業地域の経済動向把握と共に、地域の中小企業の皆様に経営の参考にさせていただくためにまとめたものです。

■調査対象時期 当期(令和5年1月～3月)、来期(今後3ヶ月:令和5年4月～6月の見通し)

■調査企業先数 当金庫お取引先493社 有効回答数477社

(内訳:製造業74社、卸売業48社、小売業104社、サービス業88社、建設業96社、不動産業67社)

■DIの説明

DIとは、「良い」「増加」「上昇」「過剰」「楽」と答えた企業割合から「悪い」「減少」「下降」「不足」「苦しい」と答えた企業割合を差し引いた数値のことです。「良い」には『やや良い』を含み、「悪い」には『やや悪い』を含みます。「増加」「減少」等、他の項目も同様です。

これら数値がプラスかマイナスか、そしてその大きさの程度によって、景気変化の方向を時系列的な推移の中で分析することを目的としています。

本レポートは標記時点における情報提供を目的としています。また、本レポート掲載内容は当金庫が正確性および完全性を保証するものではありません。

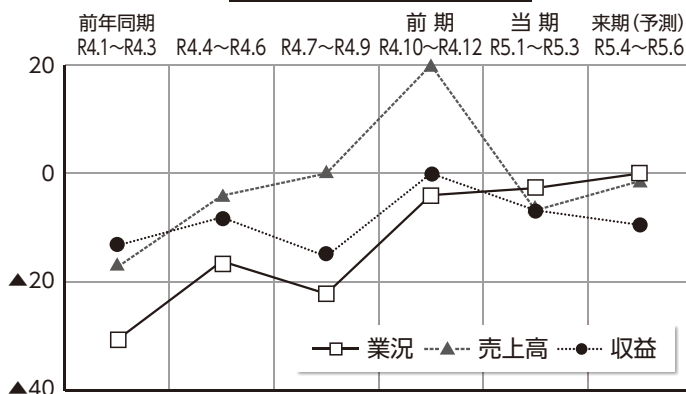
製造業

半導体不足が色濃く残り、 受注残にマイナスの影響

製造業の当期の業況について、売上高DIは前期比▲26.8ポイント減少と大幅に悪化しました。また、半導体や電子部品の供給不足は受注残DIを悪化させ、前期比12.1ポイント減の▲4.1となりました。一方、原材料価格DIは依然として高い水準を推移していますが、販売価格DIが7.1ポイント上昇していることから、一定程度価格転嫁はできていると考えます。

来期予測について、売上高DIは▲1.4とプラス水準に転じることはないものの、受注残DIの上昇に伴い、業況DIは2.7ポイント改善すると見込まれています。

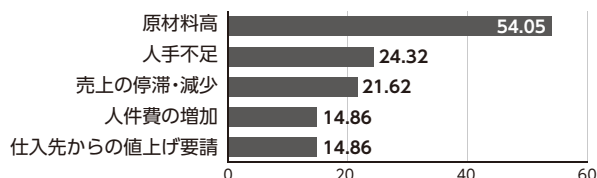
主要判断DIグラフ



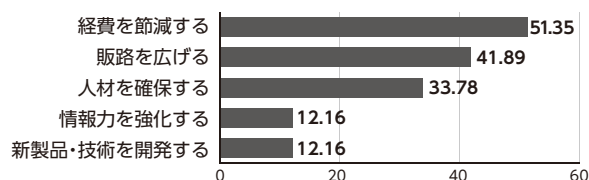
調査員コメント

原材料および電気料光熱費等の高騰の影響を受けており、価格転嫁を図る予定。(食肉加工販売)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



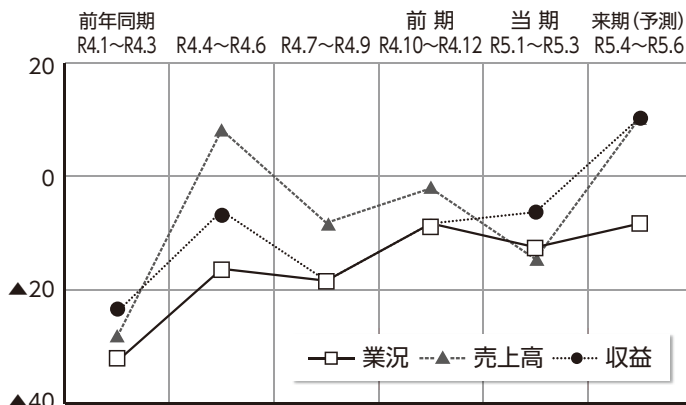
卸売業

新型コロナ「5類」引き下げに期待感

卸売業の当期の業況について、売上高DIは前期比12.5ポイント減少したことから、業況DIにマイナスの影響を与えました。輸入品の原価はインフレや円安の影響により高騰しており、仕入価格DIを大幅に上昇させました。

来期予測について、新型コロナウイルス感染症対応の「5類」への移行が決まったことから、主要DI(業況・売上高・収益DI)は軒並み改善すると見込まれています。また、仕入価格DIの減少は販売価格DIを減少させると予想されています。

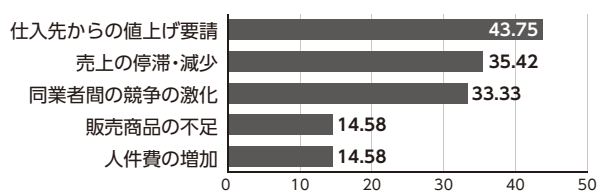
主要判断DIグラフ



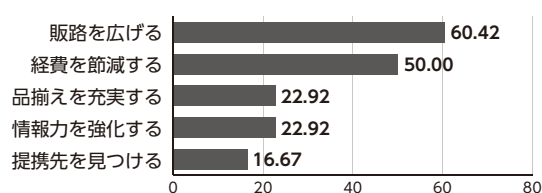
調査員コメント

円安の影響大きく、原材料価格が高騰している。(鉄鋼材)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



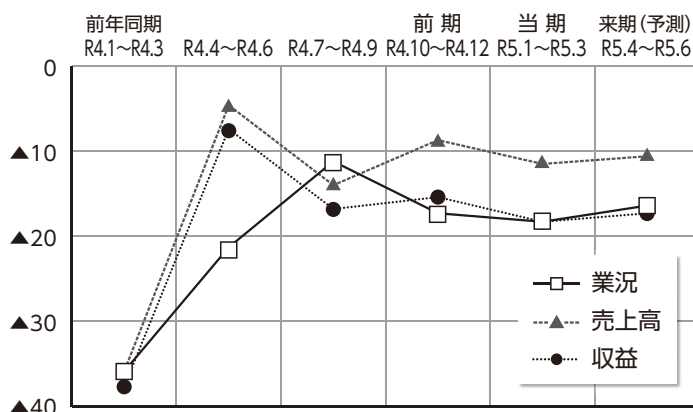
小売業

日用品の値上げラッシュは、 消費者の購買行動に変化をもたらす

小売業の当期の業況について、日用品や食料品の度重なる値上げに伴う消費者購買意欲の低下は、主要DIを軒並み悪化させました。また、経済活動が正常化へと向かっていく中、人材不足感はより深刻さを増しました。

来期予測について、資金繰りDIは依然としてマイナス水準で推移しており、プラス水準に転じるまではかなりの時間を要するとされています。一方、夏に向けて各種イベントの開催が増加していくことを期待し、業況DIは小幅ながら改善すると見込まれています。

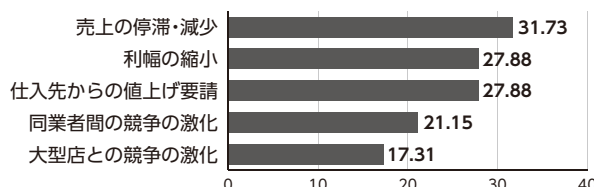
主要判断DIグラフ



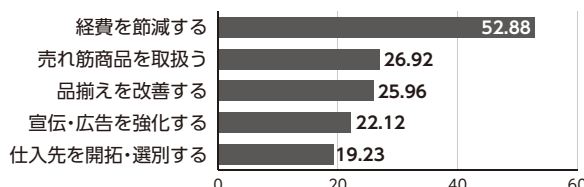
調査員コメント

仕入価格の増加を販売価格へ転嫁することで売上および収益を確保している。しかし、価格転嫁にも限界があり、今後、大型店との競争が激しくなる中で、どのように売上、収益を確保していくかが重要である。(米・肥料)

経営上の問題点 上位5項目 (%)



当面の重点経営施策 上位5項目 (%)



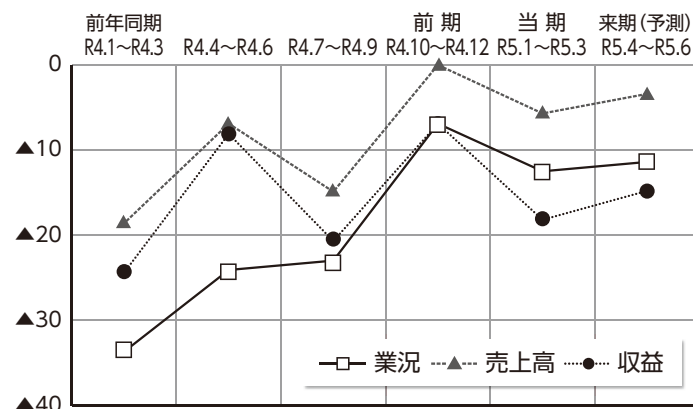
サービス業

人流増加するも、経費負担大きく 資金繰りを圧迫

サービス業の当期の業況について、外出機会が増えてきているにもかかわらず、物価や人件費等の高騰により、収益DIは11.3ポイント減と大幅に悪化しました。一方、これからの季節、インバウンド需要やレジャー需要の増加に期待を寄せる声も上がっていました。

来期予測について、各地桜の開花に合わせ人流は更に増加すると見込まれており、主要DIは軒並み改善すると予想されています。しかし、電気料金等経費の高騰は資金繰りDIを圧迫する大きな要因になると懸念されています。

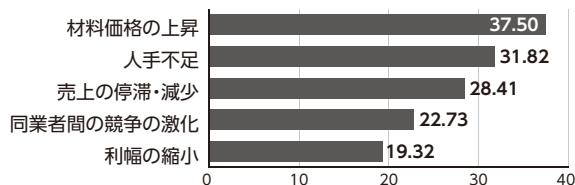
主要判断DIグラフ



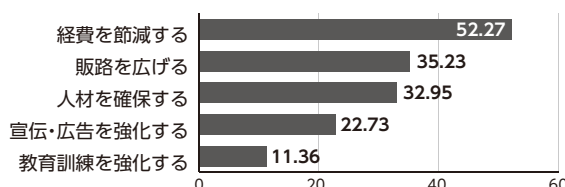
調査員コメント

配送費、梱包材等の費用が増加しており、収益に影響を及ぼしている。利幅の大きい受注等も吟味し収益確保につなげる。(商品梱包)

経営上の問題点 上位5項目 (%)



当面の重点経営施策 上位5項目 (%)



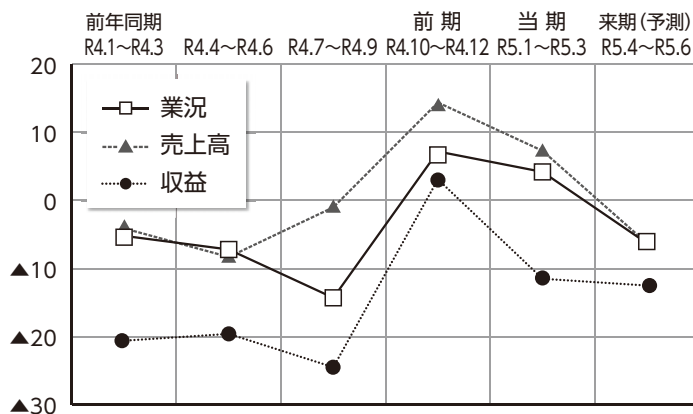
建設業

人材不足や物価高騰は、 工期の遅れや受注数に影響

建設業の当期の業況について、業況DIはプラス水準を維持しているものの、前期比3.0ポイント減少となりました。原材料費や外注費高騰の影響を受け、その他の項目についても軒並み悪化傾向にあります。

来期予測について、業況DIは更に悪化し3期ぶりにマイナス水準に転じると予想されています。工事の受注は安定しているものの人材不足感が顕著であり、売上高DIは大きく悪化し▲6.3になると見込まれています。

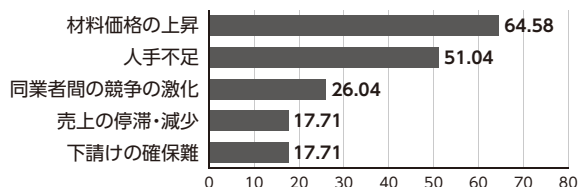
主要判断DIグラフ



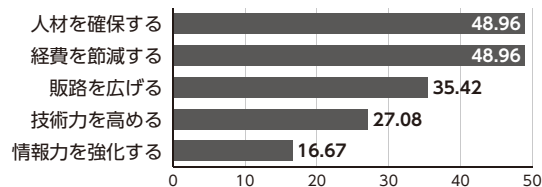
調査員コメント

公共工事の入札が激化しており、受注が難しくなっている。また、材料費高騰により収益は減少傾向である。(道路塗装)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



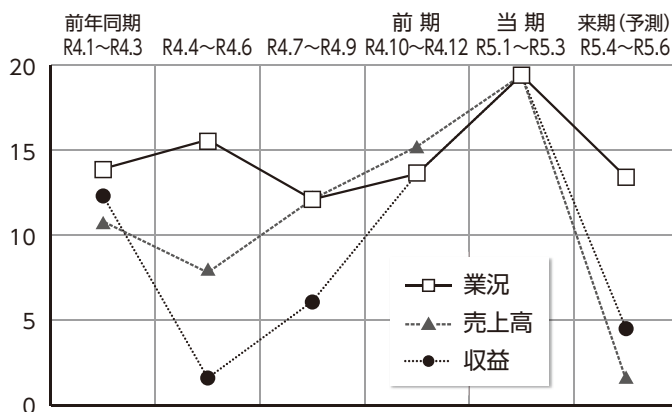
不動産業

仕入価格DIの下落で 在庫不足感の解消に期待感

不動産業の当期の業況について、不動産売買取引は増加傾向にあることから、業況DIは前期比5.8ポイント上昇しました。また、仕入価格DIは上昇基調にありましたが、当期は前期比8.3ポイント減少しました。一方、慢性的に在庫不足感は継続しているものの、在庫DIは前年同期比18.1ポイント上昇し改善傾向にあります。

来期予測について、主要DIは前期と比較し悪化傾向にあるも、引き続きプラス水準で推移すると見込まれています。また、建物建築費高に伴う売買価格の上昇は、消費者の購買意欲を低下させる要因になると予想されています。

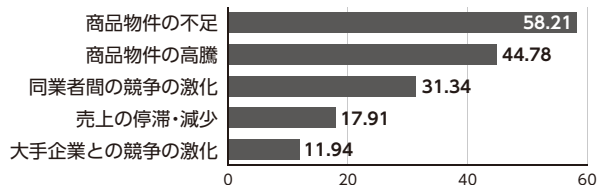
主要判断DIグラフ



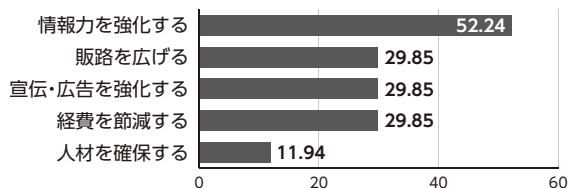
調査員コメント

業況順調に推移しているが、商品物件の在庫確保が課題となる。情報力の強化を図り在庫の確保を図っていく。(不動産売買)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



特別調査

中小企業におけるデジタル化への対応について

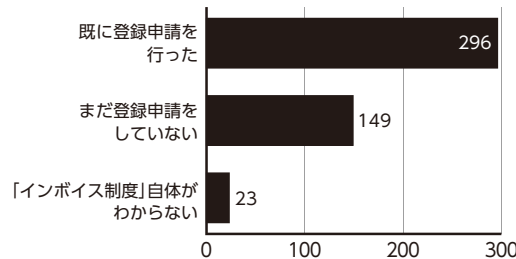
1

有効回答数

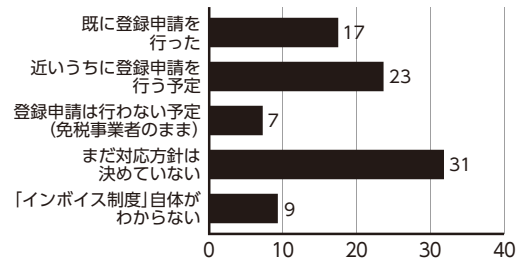
555件/単数回答

貴社では、「インボイス制度」へ向けてどのように対応していますか。

【課税事業者】



【免税事業者】



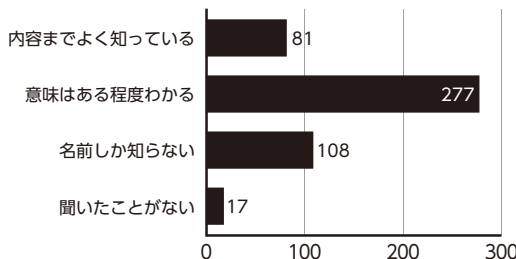
2

有効回答数

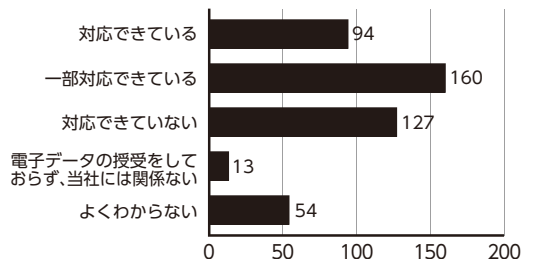
483・448件/単数回答

電子帳簿保存法の改正について、貴社の認知度と対応をお答えください。

【認知度】



【対応】



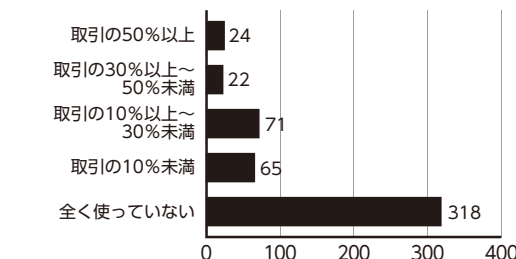
3

有効回答数

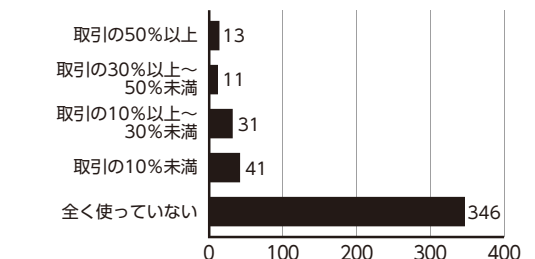
500・442件/単数回答

貴社では企業間での資金決済の際、手形、でんさいをどの程度利用していますか。

【手形】



【でんさい】



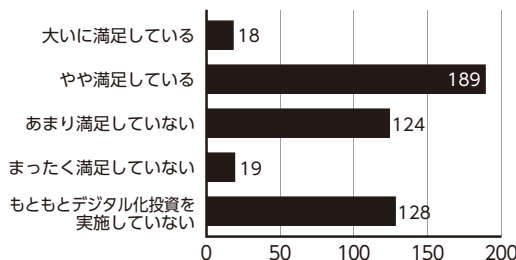
4

有効回答数

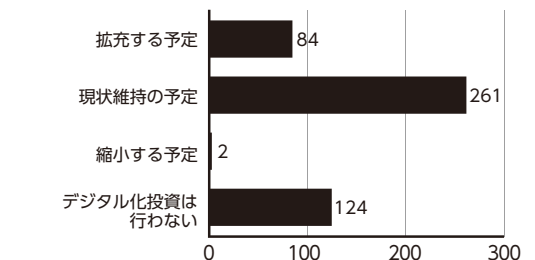
478・471件/単数回答

貴社では、これまで行ってきたデジタル化投資の費用対効果について、どのように感じていますか。また、今後のデジタル化投資の計画についてはどのようにお考えですか。

【デジタル化投資の満足度】



【今後のデジタル化投資の計画】

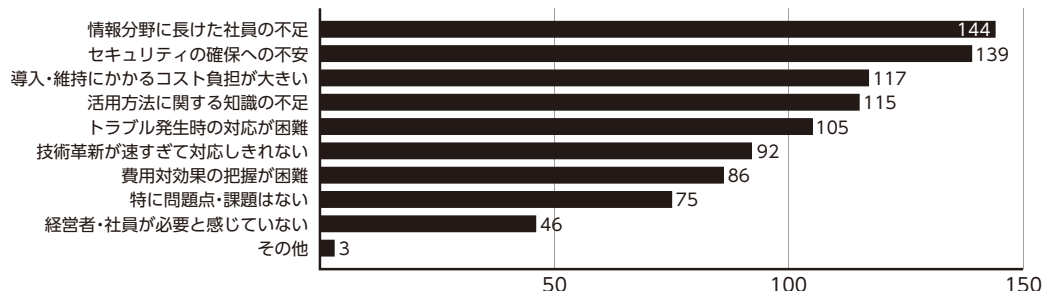


5

有効回答数

922件/複数回答

貴社では、デジタル化を進めるに際しての問題点・課題として、どのようなものが考えられますか。



支店長の横顔

職員とお客さまの 幸せのために「当たり前」を 丁寧に徹底的に行う



国分寺台支店 支店長

ひらの まさき

平野 政記

プロフィール

1979年千葉県君津市生まれ。2011年に千葉信用金庫に入庫。その後、本店、三山支店、津田沼支店を経て、2022年4月より国分寺台支店長に就任。趣味は球場での野球観戦。休日は子どもとキャッチボールをして過ごす。

千葉信用金庫に入庫した理由は？

最初是他信金にいましたが、生まれ育った千葉で仕事をしたいと考えていました。ちばしんきんなら地元の方々に少しでも貢献できると思い、中途採用試験を受けて入庫しました。

国分寺台支店はどんな雰囲気？

五井駅東側の住宅街に位置し、近隣は「アリオ市原」など大型ショッピングセンターや商業施設が充実している地域です。そのため住宅ローンや個人ローンなどの相談が非常に多いのが特徴です。

国分寺台支店の職員11名のうち6名が20代で、若い職員が多い元気な職場です。フットワークが良く、迅速に対応できるのがいいところです。

支店長としてのやりがいは？

もし支店長に就任したら、店舗の雰囲気を明るくして職員が働きやすい職場にしたい!と常にイメージはしていました。その理想の支店運営のために、現在少なくとも2か月に1度は職員と個別面談を実施しています。仕事の話はもちろんですが、プライベートな話や不安・悩み相談など、さまざまな会話をします。職員とはなんでも相談できる関係を作りたいと思っています。

「支店長」として努力していることは？

支店長は支店の最高責任者。判断力が非常に大切です。判断する中でまだまだ自分の知識不足を感じていますので、それを補おうと日々勉強を頑張っています。お客さまとの会話で困らないように新聞や宅建の本を読んだり、金庫内部の事務規定等も読み返して、お客さまの依頼に対応できるのか常に把握できるようにしています。

ご自身の長所は？

うまくいかなくてもあまり落ち込まず、前向きにモチベーションを高く維持できることだと思います。支店長のモチベーションが低ければ、職員のモチベーションも上がりません。職員には「ミスを恐れず積極的に行動しよう」と常に話し、モチベーションが下がっている職員には「できることからやろう」と声をかけ、一緒に取り組むことで自信をもってもらって、モチベーションアップにつなげています。

最も印象に残っているお客さまとのエピソードは？

支店でSDGsの取組みを検討している時に、和紙を扱うお客さまと出会いました。脱プラスチックで紙の需要が増えていると教えていただき、紙製クリアファイルを作成することになりました。最初は国分寺台支店だけの取組みだったのが、最終的に金庫全体の取組みになり、発注数が増えたことでお客さまからも大変喜ばれました。お客さまとのWin-Winな関係を具体化できた、本当に嬉しい出来事でした。

現在の目標は？

今の目標は「お客さまに選ばれる支店」です。そのためにまず、店舗の美化や支店の雰囲気、職員の行動など、お客さま目線で日々改善をしています。「凡事徹底」、なんでもないような当たり前のことを徹底的に行うことを意識して行動しています。

お客さまへのメッセージ

地域のお客さまの抱えている問題・課題を解決し、喜んでいただけることが一番嬉しいことです。そして、千葉信用金庫のファンを1人でも多くつくることが私の使命だと思っています。融資はもちろん、課題解決活動にも力を入れています。販路拡大、人材不足、事業承継等、どんな小さな課題でも一緒に全力でバックアップします。ぜひご相談ください。

「請求書業務、なんでそんなに時間がかかるの？」
なんてもう言わせない!!

ちゃんと請求書

なら、大丈夫!

見やすい画面

操作がかんたん!

インボイス制度対応



マンガで分かりやすくご紹介!



中小企業の経理をフォローアップする
新機能「ちゃんと請求書」をマンガ解説
いますぐチェック!!

ご利用料金

Chiba Big Advance

会員料金

月額 **1,100** 円(税込)

※ Big Advance 利用料
月額 3,300 円(税込) が別途発生します。

※お申込みをされた月の月末までは
無料でご利用いただけます!

ちゃんと請求書のお申込みと同時に
Chiba Big Advance を新規登録い
ただくと会員料金が適用されます。

Big Advance 会員様でない企業様

通常料金 月額 **3,300** 円(税込)

※2023年7月以降サービス開始予定
※Big Advance 会員様ではない企業様がちゃんと
請求書のみをご利用された場合の料金です。

操作がかんたん!

見積書データから請求書や納品書を作成できます!



見積書から
1クリックで作成!

一覧から選んで
まとめて作成!

請求書や納品書を簡単な操作&ツール
1つで完結。作業時間を大幅カット!

見やすい画面

検索で一覧表示もかんたん!



「取引先」「日付」はもちろん、
「件名」や「金額」でも検索OK!

シンプルな画面で知りたい情報がすぐ
見つかる。探す手間がかかりません!

インボイス制度に必要な登録番号・消費税率を表示

登録番号を表示

ビッグ事業部
担当: 山田太郎
登録番号: T132456789

税率ごとに区分した消費税表示

	金額	消費税
2%の税率	25,120	5,024
5%の税率	27,000	1,350

インボイス 制度対応

2023年10月から開始される
インボイス制度へ対応。
税率別で消費税表記!

注目ポイント!!

千葉信用金庫、中小企業の景気動向
調査へのみなさまのご意見、ご要望
をお寄せください。

お問い合わせ

千葉信用金庫 企業サポート部
TEL 043-221-3683 担当: 中森